

УДК 811.111'276.6'373.612.2

І. І. Гуменна,  
аспірант

(Львівський національний університет імені Івана Франка)

**ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ МЕТАФОРИ АНГЛІЙСЬКОЇ БІЗНЕС-МОВИ**

*У статті досліджено процес вербалізації смислу ментальних концептів, їх вираження у семантичному значенні та переосмисленні лексичних одиниць сучасної англійської мови. Проаналізовано лінгвокогнітивні особливості утворення на основі аналогово-асоціативних зв'язків метафори, що становить ментально-вербальну одиницю смислоутворення. Охарактеризовано етапи метафоризації та підтверджено широке функціонування метафор-термінів в англійській бізнес-мові.*

**Ключові слова:** концепт, вербалізація, лінгвокогнітивний аспект, метафорична модель, терміносистема фінансів, бізнес контекст.

**Постановка проблеми.** У кінці XX століття лінгвістичні дослідження почали активно спрямовуватись на когнітивні, лінгвокультурні та лінгвокогнітивні аспекти функціонування мови. **Проблема**, на розкриття якої спрямована дана розвідка, зосереджена на пошуку механізмів вираження концептуального смислу у вербальному значенні лексичних одиниць залежно від типу контексту.

**Теоретичною базою дослідження** є наукові публікації із когнітивістики, лексичної семантики та семіотики таких зарубіжних та вітчизняних учених як Дж. Лакофф, М. Джонсон, Р. Лангакер, Е. Сепір, Ч. Пірс, Дж. Серль, У. Чейф, П. Макфедріес, Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, О. С. Кубрякова, М. М. Болдирев, О. І. Кравченко, Й. А. Стернін, Ю. С. Степанов, Г. М. Складєвська, Ж. П. Соколовська, О. О. Селіванова, В. М. Телія, Ю. В. Кравцова, Л. С. Піхтовнікова, Л. В. Строченко, С. М. Кришталь та ін. [1-8].

З огляду на вищезазначене, **актуальність даної розвідки** зумовлено загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на глибинне з'ясування взаємозв'язку мови і мислення, а також недостатнім аналізом функціонування метафори як виразника даного співвідношення у професійних мовленнях. Отже, **об'єктом дослідження** є метафоризовані лексичні одиниці англомовного дискурсу бізнес-сфери, **метою**, відповідно, є визначити лінгвокогнітивні основи формування метафори мови бізнесу на основі семантико-когнітивного аналізу окремих лексем.

**Виклад основного матеріалу.** Мова є своєрідною формою, у якій реалізується існування об'єктивної дійсності. Зв'язок мови з навколишнім світом відбувається у процесі мислення, що, в свою чергу, може бути доступним також лише за посередництва мови. Значення слова виступає як діалектична єдність мовного та позамовного змісту, а у свідомості, відповідно, формуються певні концепти [5: 4; 9: 259].

У сучасній лінгвістиці класичним тлумаченням терміна "концепт" вважають визначення, запропоноване О. С. Кубряковою, а саме: "концепт – це термін, що слугує для пояснення одиниць ментальних і психічних ресурсів нашої свідомості; це оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відображеної у психіці людини" [10: 90; 11: 209]. Ще одним варіант уваги визначенням концепту оперує О. О. Селіванова. Концепт розглядається як інформаційна структура свідомості, яка містить сукупність знань про об'єкт пізнання, вербальних і невербальних, набутих шляхом взаємодії психічних функцій свідомості й позасвідомого. Ядром концепту є поняття, фіксоване у вигляді структури й позначене певною номінативною одиницею. Концепт зароджується в процесі пізнавальної діяльності, відображає й узагальнює інтеріоризовану свідомість дійсність, підводячи інформацію під певні вироблені суспільством категорії та класи [6: 256; 12: 19].

Можна стверджувати, що людина, здобуваючи досвід, оформлює його в певні ментальні структури. Результат цих процедур відображається в мові. За спостереженням О. С. Кубрякової, різниця між семантичним та концептуальним аналізом полягає в тому, що семантичний аналіз пов'язаний із роз'ясненням мовної одиниці, в той час як концептуальний аналіз звернений на знання про світ [13: 85]. Саме тому лінгвістам потрібно розглядати особливості мисленнєвих операцій у проекції на семантичний рівень мови. Це забезпечує *лінгвокогнітивний аспект* аналізу лексики, що розглядає семантичний рівень мови у комплексному зв'язку з концептуальною картиною світу мовця.

Наприклад, "The advisor also suggested that they carefully watch their spending on little things – such as buying a cup of coffee every day. "You get a mocha at Starbucks and it costs \$3. You buy a biscuit for \$1.50. At work, you get a diet Coke and Snickers. Before you know it, you've spent \$10 a day." "It's the *latte factor*." " – The Honolulu Advertiser, October 19, 2003. Аналіз засвідчує, що словосполучення "latte factor" вміщає складний концепт реалій англомовного суспільства. Оскільки люди щодня проводять в офісах, не завжди маючи можливість нормально поїсти, то знаходять "поживу" та "розраду" у печиві, каві, снікерсах та кока-колі. Найпопулярнішим способом "перекусити" серед робочого дня є кава латте, оскільки вміст молока, вважається, зменшує негативну дію кофеїну. Саме слово "latte" стало збірним вербалізованим

концептом на позначення різного роду "снєків" на робочому місці. Це складене поняття в подальшому використане на позначення коштів, котрі невеликими сумами витрачаються на такі ласощі, проте складають у загальному підрахунку витрат за місяць значну суму. Таким чином, утворився новий концепт певних "витрат" працівників – *"the latte factor"*.

*"Trojan horse strategies depend on the enemy being asleep. If you moon the giant or awaken the enemy, you might get burned."* – The Free Press, fall, 1998. Завдяки даному цитуванню можна зрозуміти, що в казках часто описувався злий велетень чи монстр, що за необережністю героїв чи зовнішніх обставин прокидався та в люті лякав чи вбивав персонажів. Відбувалося це вночі. Єдиним світлом, у якому й можна було побачити гнів велетня, було місячне сяйво, котре самого ж ворога ще більше дратувало. Таким чином, поняття "пробудження ворога вночі, що починав лютувати" позначилося у сталому виразі *"to moon the giant"*. В подальшому, даний концепт почав застосовуватись у метафоричному контексті на позначення "гніву конкурента чи представника іншої компанії, який довідався, що його намагаються обманути у бізнес-угоді".

Таким чином, складний характер структурної організації концепту, що відображається в мові, передбачає, що за ним можуть стояти знання різного ступеня абстракції. Як зазначає М. М. Болдирев, за складом та ступенем абстракції виділяють такі типи концептів, як конкретно-чуттєвий образ, уявлення, схема, поняття, прототип, пропозиція, фрейм, сценарій та гештальт [3: 36; 11: 209].

Іншим способом передачі складних концептів, що містить у собі порівняння кількох понять чи певного досвіду, є метафора. *Метафора* в межах когнітивної лінгвістики інтерпретується як ментально-вербальний конструкт, призначений для номінації або характеристики нового об'єкта чи концепту за допомогою вже відомого поняття [2: 7]. Мова виступає як засіб закріплення даного зв'язку і зберігання норм комунікативної поведінки мовців. Тому вивчення метафори як продукту ментально-вербальної діяльності сприяє комплексному аналізу явища мовних тропів [14: 10].

Виникнення метафори чи надання нового метафоричного сенсу раніше існуючій образній номінації відбувається за допомогою комплексу певних когнітивних операцій над знанням, у результаті яких формується фактично нове або модифіковане ментальне уявлення про предмет або явище, що в подальшому закріплюється в мові [4: 34]. Семантико-когнітивне дослідження метафоризації ускладнюється тим, що метафора, з одного боку, є об'єктом "смыслосприйняття", а з іншого, – є об'єктом "смыслопорождения" [15: 3].

О. М. Лагутою запропоновано розпізнавання смислового змісту метафори, що здійснюється за наступною схемою: 1) вищлення невідомого об'єкта (похідного метафоричного значення), позначеного вже наявним ім'ям відомого об'єкта; 2) співвіднесення цього об'єкта з уже відомим (вихідною понятійною сферою) на основі типових ситуацій; 3) вищлення інваріантних ознак у нового і вже відомого об'єктів і встановлення ознаки, що бере участь в організації нового сенсу; 4) розпізнавання раніше невідомого об'єкта, формування уявлень про нову понятійну сферу [15: 4]. Це створює певну схему вербалізації та інтерпретації метафори у лінгвокогнітивному аспекті:

*"In other words, they shop the way most Americans shop, in that confused hierarchy-busting manner the market researchers now call rocketing. They spend lots of money on a few items they really care about – their barbecue grills or their lawnmowers – and then they go downmarket to Wal-Mart to buy most of the other stuff they don't care about. This isn't upper-class consumption..."*. – The New York Times, June 29, 2003. 1) rocketing у контексті shopping; 2) a self-propelling device; to move off at high speed; to rise rapidly; 3) to rise, high, self-propelling; 4) a great amount of money people consciously spend on some important issues in comparison with other household spendings. Таким чином, поняття ракети при розширеному детермінуванні та знаходженні спільних ознак – підніматися, високо, самокерування – перейшло в новий концепт свідомо витраченої великої суми грошей на певні речі домашнього користування порівняно з економними покупками інших товарів для утримання будинків. Інший приклад: *"Even if the court extracts a penalty on Microsoft's PC business, it will have shifted its money into new markets. Today, we pay a "Bill Gates tax" on every PC. Tomorrow, we'll pay a similar toll to Bill for satellite systems and cable systems"* – Jesse Berst's AnchorDesk, November 8, 1999. 1) Bill Gates у контексті tax system; 2) the founder and the chairman of the Microsoft Company; the creator of the operational systems; 3) the strategy, licensing; 4) the tax from buying a new PC in a form of OS licensing fees that go to Microsoft [1]. Ототожнення Біла Гейтса із усією інфраструктурою та політикою компанії Майкрософт призвело до формування нового поняття оподаткування за ліцензування операційної системи персональних комп'ютерів, названого "на честь" фундатора корпорації.

Таким чином, метафорична модель розуміється як існуюча в свідомості носіїв мови схема вербалізації корелятивних в аналогово-асоціативному плані понять. Згідно з іншою, розробленою В. М. Телією, методикою метафорична модель є трикомпонентною структурою, яка включає вихідну і нову концептуальні сфери та семантико-когнітивний формант [7: 176]. Наприклад, метафорична модель *pancake people* – "food → human being > information": Internet users who read the info widely but without depth. Гастрономічне поняття у словосполученні із означенням людей утворило новий концепт у сфері

інформатики – поверхневий аналіз великої кількості інформації, з якою читачі стикаються щодня. *Monster country* – "myth creature → administrative unit > economics": large and populous country, especially one that wields enormous economic and cultural power [1]. Означення міфічної істоти у співвідношенні із назвою адміністративної одиниці дало поштовх для формування економічного поняття високорозвиненого та багатого суспільства. Отже, важливим є питання вживання метафори не лише в художньому дискурсі, але й у суворо визначеному науковому стилі мови. Дослідження метафоричних термінів саме в такому аспекті дозволяє з'ясувати загальне і національне бачення світу в процесі перенесення значення загальноновживаного слова на спеціальне і, таким чином, визначити вплив мовних і позамовних чинників на характер метафоричного термінотворення [8: 6]. Зокрема проілюструємо це в контексті бізнес дискурсу.

Терміносистема бізнесу та фінансів – одна з найактивніших у плані поповнення лексичних одиниць, оскільки вона відображає стан постійного прогресу та конкурентоспроможності сучасних бізнес-відносин. Тенденція застосування метафор у чітко регламентованій метамові науки певним чином сприяє її легкій інтерпретації та засвоєнню, а не створює додаткові труднощі в розумінні. Таким чином, можна стверджувати, що функції метафори в термінології не обмежуються номінативними. У випадках, коли метафора дає найменування об'єктам, які досягаються тільки уявою, вона не стільки фіксує схожість, скільки вказує дослідникам на ще невідомі подібності й аналогії. Тобто, процес творення метафор може продовжуватися навіть коли слово вже стало метафорою. Термінологічна метафора може одночасно і формувати уявлення про даний об'єкт, і передбачати увесь хід думок, пов'язаний із ним, отже, виступати знаряддям мислення [8: 7].

Процес вербалізації концептів, понять проілюструємо на прикладах наступних мікроконтекстів, де чітко простежується зв'язок загальнолюдських концептів із фінансовими чи загальноновживаними лексемами для образного та, водночас, доступного означення термінів у сфері бізнес-зв'язків та фінансів. Для цього застосовується запропонована О. М. Лагутою вище схема інтерпретації семантично-концептуального змісту лексичних одиниць із подальшим їх поясненням.

*"Lenders brazenly advertised "low-doc" and "no-doc" loans that required borrowers to provide little or no documentation of their ability to repay. They pushed "ninja" loans, requiring no income, job or assets. And adjustable rate mortgages that were barely affordable at their teaser rates."* – "Risky-mortgage meltdown was predictable, preventable", USA Today, August 10, 2007 [1]. 1) *ninja* у контексті money transfer; 2) a brave warrior, desperate and risky; 3) risky action, desperate person; 4) giving money to a person that has no income and job. Уявлення про *ніндзя* як про безстрашного і відчайдушного воїна, якому нічого не завадить, вербалізувалося у сфері кредитів на позначення такого типу позики без надання документів про доходи чи взагалі при їх відсутності.

*"Mr. Kramer passed what is perhaps the most exacting transplant screening test, what some call the **wallet biopsy**. After initial denials, Medicare and his private insurer...agreed to cover the costs of the transplant, allowing him to travel "out of network" to Pittsburgh for the procedure."* – "H.I.V. Patients Get Fresh Hopes for Donor Organs", The New York Times, December 11, 2001. 1) *biopsy* у контексті money operation; 2) extraction of body tissue to determine the cause of disease; 3) extraction for examination; 4) performing an expensive health or business procedure. Використання медичного терміну біопсії як вилучення певної тканини людини для дослідження ототожнилось із вилученням великої суми грошей на проведення певної процедури і зафіксувалось у лексемі *"біопсія гаманця"*.

*"There have already been many measures designed to improve bank liquidity and none has had the desired effect. The Bank of England hopes that giving money directly to companies by buying bonds will ease this deeply worrying state of affairs. In the mordant wit of the City, we have created **zombie banks**: they have been brought back from the dead but they are not functioning properly. It is essential they start to work again."* – "The economy is on a wing and a prayer", The Daily Telegraph, March 6, 2009 [1]. 1) *zombie* у контексті banking; 2) a person, lifeless or reanimated; totally lacking an independent judgment; 3) reanimated, lacking independency; 4) a bank that does not function properly but remains in business thanks to the government support. Таким чином, розуміння людиною *зомбі* як неіснуючого чи невидимого створіння перейшло на характеристику банку, котрий не спроможний повноцінно функціонувати.

*"Public companies also have much stricter rules of disclosure to potential investors. The company founder who used to keep his yearly salary a tight secret must reveal all when he goes public. "You have to be prepared to open the kimono, Meyers said."* – "Going public: Rewarding, dangerous", The Fresno Bee, 2011. 1) *kimono* у контексті documents; 2) to open; loose ankle-length garments that are the main clothes in Japan; 3) main, disclose; 4) to expose company's accounting books for inspection. Ця асоціація стала ідіомою в англійській мові. Застосування знання англомовних жителів про *кімоно*, як основний одяг східної країни, ототожнилось із розумінням не дуже приємної процедури, котра змушує компанію відкрити та надати увесь перелік документів бухгалтерського обліку для перевірки.

*"Job cuts and a dividend reduction are thought to have already been factored into the share price. Equity salesmen believe that there is also little that could be said to push the shares higher on the day as the*

management has already *kitchen-sinked* the business and parted with Mariah Carey, one of its most expensive stars." – "Hedge funds rush to pick up EMI's tune", The Daily Telegraph, March 15, 2002. 1) to kitchen sink у контексті company's policy; 2) to pour out all food prepared because it is bad; 3) to pour, everything, bad; 4) to announce all of company's bad financial news at one time. Розуміння метафори *kitchen-sinked* базується в основному на побутових реаліях, а не на фіксованому словнику значенні слів. Коли людина готує їжу, але вона видається несмачною чи непридатною для споживання, то зазвичай, із негативними емоціями це все виливається у кухонну раковину. Суспільство помітило аналогію даного концепту із бізнес-проектами компанії, що не виконуються добре і керівники змушені повідомити справжній занедбаний стан усіх справ одразу.

**Висновки.** Отже, можна стверджувати, що існує безпосередній зв'язок мислення та систематизації знання про навколишній світ спершу у концептах, що є змістовими одиницями пам'яті та досвіду. Саме когнітивна лінгвістика звернула вперше свою увагу на глибинне дослідження взаємообумовленості мислення та особливостей мовлення. Подальші дослідження потребували обґрунтування відношення ментальних структур до значень лексичних одиниць, що забезпечило впровадження лінгвокогнітивного аналізу. За допомогою даного аспекту можна виявити деякі особливості вербалізації мисленнєвих концептів на семантичному рівні мови.

Оскільки такі досвідні конструкти є складними для позначення у мові одним словом, то активно застосовується метафора як виразник асоціативних зв'язків з іншими, вже доступними розумінню поняттями. Метафора, в свою чергу, є не тільки продуктом, але й процесом вербалізації структур пізнання, що проходить кілька стадій за схемами, запропонованими провідними лінгвістами. Оскільки метафорика певним чином полегшує процес пізнання та засвоєння знань, вона почала активно входити у науковий дискурс. На мові фінансів та бізнесу в даній статті підтверджено продуктивне застосування метафоричного перенесення для вербалізації складних понять для кращого їх розуміння. Також застосовано лінгвокогнітивний аспект аналізу метафор-термінів для виявлення особливостей формування уявлень-концептів бізнес-мови. Застосування лінгвокогнітивного підходу до аналізу лексики сучасної англійської мови є **перспективним напрямком** дослідження, що дозволить виявити основні тенденції розвитку англістики та фундаментальні когнітивні основи її функціонування.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. McFedries P. Wordspy. The Word Lover's Guide to New Words [Електронний ресурс] / Paul McFedries. – Режим доступу : <http://www.wordspy.com/categories/money.asp>.
2. Кубрякова Е. С. Проблемы представления знаний в языке / Е. С. Кубрякова // Структуры представления знаний в языке : [сб. науч. тр.] ; [отв. ред. Е. С. Кубрякова]. – М. : ИНИОН РАН, 1994. – С. 5–32.
3. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : [курс лекций по английской филологии] / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбов. ун-та, 2000. – 123 с.
4. Складарская Г. Н. Метафора в системе языка / Г. Н. Складарская. – СПб. : Наука, 1993. – 256 с.
5. Соколовская Ж. П. Система в лексической семантике : Анализ семантической структуры слова / Ж. П. Соколовская. – К. : Вища школа, 1979. – 189 с.
6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
7. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира : [сб. науч. ст.] / [под. ред. Б. А. Серебренникова]. – М. : Наука, 1988. – С. 173–204.
8. Кришталь С. М. Структурно-семантичний аналіз метафоричних термінів підмови фінансів в англійській і українській мовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.17 "Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство" / С. М. Кришталь. – Донецьк, 2003. – 21 с.
9. Белоброва Т. Лінгвокогнітивний аспект дослідження антропо релевантних категорій художнього тексту [Електронний ресурс] / Т. Белоброва. – Режим доступу : <https://www.dspspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2355/1/belobrova.pdf>.
10. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / [Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г.]. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 248 с.
11. Строченко Л. В. Концепт та категорія як базові когнітивні сутності / Л. В. Строченко // Науковий вісник ВНУ імені Лесі Українки. – 2011. – № 6 (ч. 1). – С. 208–211.
12. Піхтовнікова Л. С. Лінгвокогнітивний аспект дослідження англомовної прозової байки / Л. С. Піхтовнікова, О. М. Гончарук // Вісник ХНУ. – 2010. – № 897. – С. 18–26.
13. Кубрякова Е. С. Об одном фрагменте концептуального анализа слова ПАМЯТЬ / Е. С. Кубрякова // Логический анализ языка. Культурные концепты / [под ред. Н. Д. Арутюновой]. – М. : Наука, 1991. – С. 85–91.
14. Баранов А. Н. Когнитивная теория метафоры : почти двадцать пять лет спустя / А. Н. Баранов // Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / [пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой]. – М. : Эдиториал УРСС, 2004. – С. 7–21.
15. Кравцова Ю. В. Семантико-когнитивный анализ метафоры языка : от метафорической картины мира к метафорической концептосфере / Ю. В. Кравцова // Вісник ВДПУ ім. Михайла Коцюбинського. – 2011. – № 17 (2). – С. 23–31.

## REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. McFedries P. Wordspy. The Word Lover's Guide to New Words [Elektronnyy resurs] / Paul McFedries. – Rezhym dostupu : <http://www.wordspy.com/categories/money.asp>.
2. Kubryakova E. S. Problemy predstavleniya znaniy v yazyke [Problems of the Knowledge Presentation in the Language] / E. S. Kubryakova // Struktury predstavleniya znaniy v yazyke [Structures of the Knowledge Presentation in the Language] : [sb. nauch. tr.] ; [otv. red. E.S. Kubryakova]. – M. : YNYON RAN, 1994. – S. 5–32.
3. Boldyrev N. N. Kognitivnaya semantika [Cognitive Semantics] : [kurs lektsiy po angliyskoy filologiyi [Cognitive Semantics : Lectures on English Philology] / N. N. Boldyrev. – Tambov : Izd-vo Tambov. un-ta, 2000. – 123 s.
4. Sklyarevskaya G. N. Metafora v sisteme yazyka [Metaphor in the System of the Language] / G. N. Sklyarevskaya. – SPb. : Nauka, 1993. – 256 s.
5. Sokolovskaya Zh. P. Sistema v leksicheskoy semantike : Analiz semanticheskoy struktury slova [The System in the Lexical Semantics : the Analysis of the Semantic Word Structure] / Zh. P. Sokolovskaya. – K. : Vyshcha shkola, 1979. – 189 s.
6. Selivanova O. O. Suchasna lingvistyka [Modern Linguistics] / O. O. Selivanova. – Poltava : Dovkillya, 2006. – 716 s.
7. Teliya V. N. Metaforizatsiya i eyo rol' v sozdaniy yazykovoy kartiny mira [Metaphor Formation and its Role in the Linguistic Worldview Creation] / V. N. Teliya // Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke. Yazyk i kartina mira [The Role of the Human Factor in the Language. Language and the World's Picture] : [sb. nauch. st.] [pod. red. B. A. Serebrennikova]. – M. : Nauka, 1988. – S. 173–204.
8. Kryshchal' S. M. Strukturno-semantichnyy analiz metaforychnykh terminiv pidmovy finansiv v angliys'kiy i ukrayins'kiy movakh : avtoref. dys. na zdobuttya stupenya kand. filol. nauk : spets. 10.02.17 "Porivnyal'no-istorychne i typolonichne movoznavstvo" / S. M. Kryshchal'. – Donets'k, 2003. – 21 s.
9. Belobrova T. Lingvokognitivnyy aspekt doslidzhennya antroporelevantnykh kategoriy khudozhn'ogo tekstu [Linguistic and Cognitive Aspect of the Investigation of Anthro-Relvant Categories of Belles Lettres Text] [Elektronnyy resurs] / T. Belobrova. – Rezhym dostupu : <https://www.dspatse.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2355/1/belobrova.pdf>.
10. Kubryakova E. S. Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov [Brief Dictionary of Cognitive Terms] / [Kubryakova E. S., Dem'yankov V. Z., Pankrats Yu. G., Luzina L. G.]. – M. : MGU im. M. V. Lomonosova, 1996. – 248 s.
11. Strochenko L. V. Kontsept ta kategoriya yak bazovi kognitivni sutnosti [Concept and Category as Basic Cognitive Notions] / L. V. Strochenko // Naukovyy visnyk VNU imeni Lesi Ukrayinka [Scientific Journal of Vinnytsya National University Named after Lesya Ukrayinka]. – 2011. – № 6 (ch. 1). – S. 208–211.
12. Pikhtovnikova L. S. Lingvokognitivnyy aspekt doslidzhennya anglo-movnoyi prozovoyi bayky [Linguistic and Cognitive Aspect of the English Prose Fable Investigation] / L. S. Pikhtovnikova, O. M. Goncharuk // Visnyk KhNU [Kharkiv National University Journal]. – 2010. – № 897. – S. 18–26.
13. Kubryakova Ye. S. Ob odnom fragmente kontseptual'nogo analiza slova pamyat' [On a Fragment of the Conceptual Analysis of the Word Memory] / E. S. Kubryakova // Logicheskyy analiz yazyka. Kul'turnye kontsepty [Logical Language Analysis] ; [pod red. N. D. Arutyunovoy]. – M. : Nauka, 1991. – S. 85–91.
14. Baranov A. N. Kognitivnaya teoriya metafory : pochti dvadtsat' pyat' let spustya [Cognitive Theory of the Metaphor : Almost in Twenty Five Years] / A. N. Baranov // Lakoff Dzh. Metafor, kotorymy my zhyvem [Metaphors We Live with] [per. s angl. A. N. Baranova, A. V. Morozovoy]. – M. : Editorial URSS, 2004. – S. 7–21.
15. Kravtsova Yu. V. Semantiko-kognitivnyy analiz metaforiki yazyka : ot metaforicheskoy kartiny mira k metaforicheskoy kontseptosfere [Semantic and Cognitive Analysis of the Metaphoric Aspect of the Language : from the Metaphoric Worldview to the Metaphoric Concept Sphere] / Yu. V. Kravtsova // Visnyk VDPU im. Mykhayla Kotsyubyn'skogo. – 2011. – № 17 (2). – S. 23–31.

Матеріал надійшов до редакції 14.01. 2014 р.

### **Гуменная И. И. Лингвокогнитивный аспект метафоры английского бизнес-языка.**

*В статье исследуется процесс вербализации смысла ментальных концептов и их выражение в семантическом значении лексических единиц современного английского языка. Проанализированы лингвокогнитивные особенности образования на основе аналого-ассоциативных связей метафоры, которая составляет ментально вербальную единицу смыслообразования. Охарактеризованы этапы метафоризации и подтверждено широкое функционирование метафор-терминов в английском бизнес-языке.*

**Ключевые слова:** концепт, вербализация, лингвокогнитивный аспект, метафорическая модель, терминосистема финансов, бизнес контекст.

### **Gumenna I. I. Linguistic and Cognitive Aspect of the Metaphor in the English Business Language.**

*The article investigates the process of the sense verbalization of mental concepts and their expression in the semantic meaning of lexical units of the modern English. Linguistic and cognitive peculiarities of metaphor formation are analyzed on the basis of analogy and associative links. Thus, a metaphor is considered to be a mental and verbal unit of the sense formation. The correlation of the conceptual sense and verbal meaning is investigated by means of the linguistic and cognitive analysis. The stages of metaphor formation are*

*characterized according to the process of modification from the source domain meaning to the target domain, already metaphoric, meaning of the lexical unit. It is also suggested the schemes of the metaphor interpretation, one of which is aimed at creating a metaphoric model. The functioning and the wide application of term-metaphors in the English business language are confirmed by the analysis of microcontexts with appropriate lexical examples. It is also proved that metaphors serve the English terminology in order to be comprehensive and more understandable, using analogy and associative links with simple concepts that are already fixed in the mental worldview and the speakers' experience. Thus, the metaphor is both the aim of verbalization and the process of it. This fact proves the necessity and the tendencies of the metaphor investigation within the cognitive linguistics and semantics.*

**Keywords:** *concept, verbalization, linguistic and cognitive aspect, metaphoric model, finance terminology, business context.*